

# 浪潮投资100亿布局全国云中心

□ 本报记者 刘燕



浪潮集团副总裁、浪潮云CEO 合伙人王方说:“浪潮集团给予‘浪潮云’公司这个创新团队以25%的股权激励。”

浪潮集团发布“浪潮云”战略的同时,宣布将投资100亿元,建设全国7个核心云计算数据中心、50个地市云计算中心,完成全国云中心布局,为全国200个区域政府、40个行业部委、200个大型企业提供云服务。

据悉,通过自建、合作共建等多种商业模式,浪潮这100亿元将主要投资于全国50个城市的云计算数据中心建设和云服务能力提升上。浪潮将构建7个核心云

计算数据中心,北京、济南的核心云计算数据中心已建成落地,位于上海、华南、西南、华北以及东北地区的其他五大核心云计算数据中心正在进一步推进。在不久的将来,7个核心云计算数据中心和50个地市云计算数据中心的建成将形成扩至全国的云计算版图,帮助浪潮建立起更安全、个性化且更能满足关键核心业务需求的云计算资源中心。

浪潮集团董事长孙丕恕表示,浪潮全国云中心布局

的完成,将为开展基于云计算的平台建设,实现政府服务职能和管理方式的转变,提高建设效益和应用水平打下坚实的基础。在布局过程中,浪潮也将进一步推进和优化云计算数据中心的规划建设。

当前,云服务商谈及业务策略的更新时,都会被业界人士套入一系列的定制化进行推测,例如偏向公有云、私有云还是混合云业务,或者提供的服务模式是IaaS、PaaS还是SaaS等,似乎再难造出引人注意的悬念。就此,浪潮提出,在云计算技术业已成熟,云服务纷纷进入落地阶段的今天,中国云市场已经无法用单一的产品属性或服务模式划分去解决复杂多样的需求。因此,从用户的需求出发,回归服务的本质,用开放、通用的技术结合自身对于本地用户的深刻洞察和全方位服务能力,打造出真正具有中国特色的云服务,是推动云服务发展的必由之路。也正因此,“浪潮云”战略提出的“中国云”三大特性——构建全服务的云、行业的云和安全的云,就是基于中国云计算市场的需求而形成。

“浪潮云”通过全服务能力、行业服务能力和安全服务能力的组合,奠定了对不同行业和企业提供定制化云服务的能力。基于“浪潮云”的发展策略,浪潮集团形成一系列自主创新和行业创新生态系统,在云智联盟、云安全产业联盟、国产主机系统产业联盟的引导和支持下,打造出高度自主可控且先进易用的云计算软硬件一体化解决方案。

据浪潮集团副总裁、浪潮云CEO 合伙人王方强调:“作为云服务平台提供商,浪潮有自己的底线和准则,服务必须要两点坚守不碰:面向客户,坚决保证客户的数据安全和隐私。首先不能让客户的数据和隐私被别人窃取。作为服务商,我们也不能碰、不能招、不能拿。对于合作伙伴,需要保障合作伙伴的利益,不动合作伙伴的利益,不抢合作伙伴的客户,与客户一起壮大是我们坚守的底线和原则。”

# 中国高端数据库市场迎来“拐点”

□ 本报记者 李国敏

伴随着中国十几年的信息化进程,中国的IT应用市场催生了一个巨大的蛋糕。然而,由于技术的垄断,这个巨大的IT应用蛋糕一直由美国的Oracle公司和IBM公司独享。直到斯诺登事件之后,人们突然发现,涉及中国敏感重要领域的行业应用,原来一直在“裸奔”。

自此,国产化和本土可控被推到了风口浪尖。信息安全上升到了国家战略,各行业各领域随即纷纷出台信息系统国产化的文件和通知。

数据库作为基础软件的关键环节,承载着对信息安全最重要的数据。然而这一环节却是国产基础软件中发展最薄弱的环节。

数据显示,Oracle占据了60%的市场份额,IBM旗下DB2和Informix以及SAP Sybase ASE占据了另外接近30%,而国内达梦、人大金仓的市场占有率加在一起还不到5%。这与国内ERP应用软件市场用友、金蝶占据主流地位的格局大相径庭,更无法与华为、联想等在全球IT硬件市场的领先地位相匹配。

毋庸置疑,把关键行业的数据放在外国数据库里,必然会构成安全威胁。只有数据库的自主可控,才能够有效支撑产业发展安全、信息安全、关键领域装备安全。国内IT市场急需一款国产高端数据库产品,真正满足关键行业核心业务需求。

而另一方面,自2010年后大数据的出现,引发了数据库行业的技术创新,数据处理架构发生了革命性的变革。传统数据库曾经非常成功的一种架构支持多类应用”的模式正演变成OldSQL、NewSQL、NoSQL共同支撑多类应用的局面。由此出现了数据分析、交易处理和互联网三个发展方向。

具体而言,数据分析方向以列存储、Shared Nothing

架构、MPP技术为典型特征的新型数据库发展,在此领域国内外厂商站在同一起跑线上,面临着同样的技术创新难题;交易处理向着高端OLTP方向发展,国外厂商长期占据核心市场,而国内厂商在此领域差距较大;互联网技术向着以Hadoop、SparkSQL等开源技术为代表的NoSQL方向发展。

在此背景下,南大通用数据技术股份有限公司日前发布的“双子星”产品战略,预示着向数据库市场投下两颗重磅“炸弹”,中国数据库市场即将迎来了“拐点”。甚至有业内资深专家惊呼,中国的数据库“高铁”时代来临。

据了解,南大通用“双子星”核心产品,一个是面向大数据市场的GBase 8a,该产品实现了与国际主流产品技术同步、市场同级,主要竞争对手为EMC Greenplum和HP Vertica;另一个是面向高端交易处理领域的GBase 8t,该产品是基于国际顶级水平的数据库Informix自主构造而成的国产高端交易型数据库,产品定位于国内产品缺位的“高端”市场。

专家指出,此次南大通用发布的GBase 8t是一款多引擎数据库,具备关系处理引擎、时间序列引擎、空间处理引擎、NoSQL处理引擎以及数据仓库加速器引擎等多个数据处理引擎,具备高成熟度、高事务处理能力、灵活易管理等产品特性,支持基于内存的OLAP分析技术,能够基于共享磁盘阵列架构、多机多活架构、数据实时复制、数据异步传输等多种高可用技术,为大型异地多数据中心建设提供低成本解决方案。“在传统业务领域,南大通用GBase 8t不落后于Oracle,而在新的云计算、物联网等趋势领域,由于Informix本身的产品设计特点,让它具备轻量级和易部署两个优秀属性,更适合云计算部署。”

从技术层面来讲,不是说8t系列比Oracle就会好很

多,或者在技术上有一个多么大的飞跃。它的更大的意义是从此中国有了与Oracle同一个层次上的产品了。它可以给中国的敏感行业 and 用户提供同样的功能和服务,由此多了一个重要的选择。

据了解,南大通用于2014年9月与IBM签署合作协议,通过技术授权的方式引进国际顶级水平的数据库Informix,基于对Informix技术的消化吸收,自主构造出国产高端交易型数据库GBase 8t。南大通用最近做了将近30个现场测试,60%都是金融、保险等客户。这意味着国内用户对南大通用的产品有信心了,这是最关键的一个问题,这不是花多少钱的问题。比照中国高铁的发展路径,人们不禁想到了中国的数据库“高铁”时代即将到来。

目前,南大通用已经与上下游进行整合与联合营销,包括国内芯片、服务器、应用开发、系统集成等厂商携手合作,并形成抱团现象,追求共赢。

IT是一个大系统,如果没有产业生态的建设,就不会有数据库的成功。南大通用积极打造国产产业链,基于GBase 8t广泛与上下游产品进行了适配,目前完成了对龙芯3B、浪潮K1等国产平台的迁移适配,即将完成对申威、飞腾等国产平台的迁移适配;已完成了与中核、凝思、普华、方德、红旗等国产操作系统的适配;完成了与东方通、金蝶、中创等中间产品的适配;实现了与浪潮、华为、曙光、中兴、联想等国产服务器厂商的合作;完成了与爱数等灾备软件的适配;并与金融、电信、政务等行业领域的软件集成商、开发商,如:中核、东软、太极等,建立了良好的合作关系。目前,正在与华为、浪潮、中核、东方通等龙头厂商打造高端一体化解决方案,实现产业链整合。

# 从国际超算大会看曙光的国际化发展战略

“国际超算大会”ISC和SC是当今国际上分别由欧洲和美国举办的久负盛名全球性超算行业盛会,大会的意义在于吸引全球超算企业和研究机构参展交流,促进高性能计算产业的发展。而对曙光这个中国高性能计算领军者而言,这是中国高性能计算产业通往世界的窗口。

## 拓展“国际事业”正当时

今年曙光在ISC大会上展览展示阵营中,如果说“地球数值模拟装置”项目和“X System深度学习一体机”是曙光的“焕然而作”,那么第三次在世界舞台上展示液冷最新技术突破,推出的中国首款可量化的TC4600E-LP液冷服务器,则是意料之中的惊喜。这些代表中国超算的最强声音,也正是曙光加速实施其“Open & Invest”——“红”海、开放、合作、转型”国际化战略的突破口。

几个月前的德国汉诺威信息及通信技术博览会(CeBIT)上,曙光等多家中国企业集体参展,这种前所未有的“国家参与”规模,被解读为中国的IT及ICT市场“意图通过全球IT行业的合作与带动,实现整个社会、各个行业的升级”。

当时,包括马凯副总理在内的一系列高端发声明确表示:中国IT企业的国际化运营还处于起步阶段,还没有形成在国际上具有较大影响力的跨国公司,软件产品和知名品牌,与优秀科技企业的携手合作将成为本土企业未来发展主旋律。

从国家战略层面来说,“一带一路”等一系列重大战略为中国信息化输出,中国科技企业走出去创造了重大契机。以曙光为代表的国内高科技领军企业,通过多年的积累,在高性能计算、服务器等领域的渠道资源、技术

积累等“走出去”的基本条件已经具备,有责任担当起“先锋”的角色,为中国信息技术的革新、行业升级探索新出路。

从行业和企业层面来看,在高性能计算与服务器等领域,目前国内市场格局已趋于成熟与稳定,本土企业有动力、有能力走向世界舞台,参与国际竞争,撬动国际市场。对于曙光来说,多年来积累形成的东南亚、中东、东欧等地区的市场需求已形成一定规模,“走出去”是曙光发展的必然阶段。

## “国际化之路”是务实

曙光与中国科学院渊源深厚,成立近二十年始终专注于技术深耕,“说得少做得多”的作风为曙光的国际化道路奠定了坚实的技术基础。

3月,曙光发布了上市后的第一个五年计划“数据中国”战略——充分发挥曙光传统IT硬件研发、生产、制造的绝对领先优势,大力将公司核心资源向云计算、大数据倾斜,形成以“云+大数据”的全新整体服务体系,在中国信息化发展大潮中扮演着重要角色。

国内市场是曙光服务器、存储、高性能计算等海量产品最好的试金石,“红”海”市场的充分锤炼,不仅为曙光在国内打下牢固的市场根基,也给中国的“自主知识产权”产品走向更广阔的海外市场提供了可能,让曙光的“国际化之路”有了最扎实的开端。

在国际化战略的部署下,曙光坚持以开放的姿态吸收解决方案层面的合作伙伴,敞开大门发展合作,目前已与多家行业领先机构达成战略合作,包括与英特尔等联合创办“MIC应用程序优化联合实验室”,与红帽共同布局开源解决方案,与中科院计算所、英伟达共建深度

学习联合实验室,合作开发深度学习一体机,等等。

## “国际战略”早已布局

曙光已经连续六次蝉联中国高性能计算机TOP100市场份额第一。IDC发布的最新市场研究报告显示,中国领先的高性能计算机供应商曙光公司不仅在2014年蝉联亚洲第一大高性能计算机厂商,同期增长速度超过大多数竞争对手。曙光作为中国高性能计算领域的领军企业,已不再满足于在国内取得的成就,并早已将目光投向“红”海——以海量产品,包括服务器、存储、高性能计算产品为主导,将中国的红色自主知识产权产品推向海外。带着令世界瞩目的技术和产品走上国际舞台,在国际市场撑起来自中国的力量。

事实上,曙光已经逐步在各大洲展开业务。结合国家在非洲的援建项目,曙光担纲了尼日尔、尼日利亚、苏丹的部分基础信息化建设项目;凭借与美国硅谷高新技术伙伴的技术互惠和与华盛顿特区的紧密交流,曙光正在ICT产业最先进的北美地区取得更多成绩;而本次参加法兰克福ISC15大会,正契合了曙光在欧洲的拓展理念:通过顶级展会提高知名度并发掘潜在的合作伙伴,同时对国内一贯的友好邻邦俄罗斯,曙光业已开启深度合作合作的步伐。

未来几年中,曙光公司还会在亚洲、北美、南美、欧洲、非洲进行更多部署,在“Open & Invest”的战略之下,曙光的全球战略布局将愈发清晰。未来,曙光与合作伙伴们的共赢不仅体现在技术和解决方案上的深耕,更基于对国内外市场资源的共享。通过与国内外合作伙伴的共同努力,可以预见,在全新的互联时代,全世界都会遇见中国的曙光。(刘燕)

## 淘宝推农资频道

近日,淘宝农资频道上线,淘宝网将打造农业全产业链服务平台,农民可“一站式”购买种苗、化肥、农用器械,以及科学的农业生产技术指导。后续,淘宝农资还将发布种植指数和养殖指数,让农户养殖不再盲目,并有望藉此解决滞销难题。同时,全国首个县域花木种苗网络诚信基金宣布成立。根据沐阳县政府和淘宝网签订的双方合作备忘录,如果消费者在当地县政府“背书”登记在册的网店中购买到问题种苗,诚信基金将第一时间先行启动程序给予赔付,决不让消费者吃哑巴亏。

近几年来,上线淘宝的农资产品以年均180%的增幅迅猛发展,目前近10万个农资卖家为广大农民提供了超过百万种农资产品。随着互联网渠道进一步“下沉”至农村各个角落,越来越多的农民开始深度“触网”。2014年,国内农资市场零售规模达到2.3万亿左右。然而,由于传统农资生产企业严重依赖层层经销商网络,农民最终只买到的农资产品价格较高,并且较难直接接触丰富和优质的农资商品。

淘宝农资频道上线后,将通过打造农业全产业链服务平台,一方面提供给农民优质的农业生产资料和先进农业技术服务,一方面帮助农民把收获的农产品卖出好价钱,从而让农业生产变得简单、高效。(陈杰)

## 下一代游戏支付从移动开始

数字娱乐作为现代人休闲娱乐最重要的方式之一,其支付方式也在不断变化。

单机游戏时期,厂商多通过出售卡带、PSP等设备来实现盈利。到了端游、页游时期,随着PC的普及和互联网技术接入“寻常百姓家”,游戏一跃成为互联网公司变现与实现盈利的三大途径之一。网游早期和中期的支付方式相对传统、混杂,常见的支付方式包括点卡充值、银行卡直充、网吧直充、短信直充、运营商代扣等多种线下充值方式。

随着网游发展到后期,第三方支付、网络巨头纷纷布局,试图为游戏厂商和玩家提供一站式整合支付解决方案。腾讯财付通、易宝支付、支付宝等第三方支付公司占据了网游后期约30%的支付份额。如何保证支付稳定性、便捷性以及提供支付成功率,一直是第三方支付行业与游戏行业共同关心的话题。以支付宝为例,其作为国内行业支付领域最具影响力的企业之一,很早就入局游戏行业,为业内主流游戏厂商和平台如360、胡莱游戏、盛大游戏等提供支付服务。值得一提的是,易宝支付移动端解决方案“一键支付”在游戏行业颇受好评。

在支付体验领域,行业支付专家易宝支付在数字娱乐行业的表现颇为亮眼。其相关业务线负责人透露,公司在端游行业市场份额占比已达到80%。在发展快速的手机游戏支付市场已经占据了绝对份额,手游市场占比在90%左右。“一键支付”是易宝支付在游戏市场推出的独家解决方案。该方案有效解决游戏玩家支付时面对的双重账户问题,玩家只需通过“一键支付”向游戏钱包充值,实现非常好的用户体验。在风险控制方面,易宝支付让运营账户和支付账户分开,使得风险管理隔离。如果有盗号行为发生,游戏运营商可以直接进行管理,降低风险。(马爱平)

## 网龙华渔教育推动教师减负

华渔提出依靠“互联网+教育”为教师减负的理念,得到教育专家及相关行业工作者的一致肯定。

目前,中国教育群体正面临着比以往更大的压力,同时,大多数教育产品的功能与教师需求不匹配,盲目依靠新技术追求教学环节的浅层变化。在真正将互联网融入教育并进一步将教育融入生活的探索上,华渔探索出了一条新路。据了解,华渔将老师置于教育的核心位置,并推出了智慧课堂、智能助教、教师公共服务平台等在内的系列产品,硬件和解决方案等在内的系列产品,帮助教师做好教学过程中繁琐重复性高的“小事”。帮助教师合理规划时间,有效提高教学效率与质量,用实际行动实现为教师减负。

网龙华渔公司副董事长兼华渔教育科技有限公司CEO梁念坚表示:“教师作为教育工作中的核心一环,华渔希望通过智慧课堂等产品,用互联网技术和大数据减轻教师在教学环节的重复性工作,令教师拥有更多时间平衡生活与工作。”

自成立以来,华渔全面布局教育领域的各个体系,通过与香港创奇思、日本Wacom、台湾富士康、国内的驰声科技等公司的合作或并购,以及与人民教育出版社的深度合作,将不同地域、不同类型的教育资源整合在一起,打造一个完整的教育生态系统。(安吉)

## 俞永福:DT时代是创新创业最好的时代

“DT大数据带来的增量与变量,将成为产业发展的核心动力。”在7月21日于北京举办的中国互联网大会之2015中国移动互联网年会上,阿里巴巴移动事业群总裁俞永福发表了主题演讲。他指出,未来十年,整个互联网将从IT(Information Technology)时代向DT(Data Technology)时代演进,企业需要研究如何让数据驱动业务,让数据变成业务。伴随DT时代的演进,过去集中在互联网领域的创新创业浪潮将会扩散到全社会三百六十行,DT时代是创新创业最好的时代。

信息技术发展到今天,互联网化的本质和核心就是“数据化”,不止是传统企业转型,在整个信息经济产业范畴,无论是互联网金融、传统营销产业升级、现代社会治理,均是如此。李克强总理在2015年提出中国经济要开启“双引擎”,一是打造新引擎,大众创业、万众创新,二是要改造传统引擎,对公共服务和传统行业进行改造升级。而在传统行业和公共服务改造的过程中,俞永福认为,DT大数据充当了“变量”的角色,起到了“催化剂”的作用。传统行业结合这一“变量”(DT大数据)就会产生化学反应,迸发出新的“增量”,帮助大众创业、万众创新。

比如支付宝最近结合大数据推出的芝麻信用分,就是利用海量信息数据的综合处理和评估,解决了传统金融最核心的信用评估问题。支付宝通过芝麻信用对用户信用历史、行为偏好、履约能力、身份特质、人脉关系五个维度将个人的信用状况客观全面呈现,就能基于信用指数,连接各种服务,打造全新的金融信用生活。

比如高德一直专注于出行和位置信息服务,凭借专业的数据采集生产和大数据处理技术,改变传统出行方式,帮助用户拥有躲避拥堵出行的能力。高德发布的《中国主要城市交通分析报告》,为相关机构提供了很好的信息和决策参考。高德地图的躲避拥堵功能能够实时体现城市道路的拥堵情况,智能规划躲避拥堵最佳路线,帮助市民智慧出行。现在高德还将进一步开放这种专业能力,已经上线的高德交通公众信息服务平台,与南京、武汉等城市交通部门合作,不但能够生成某个城市具体到某个商圈、某个路段、某个事故的实时交通状况、发布权威交通信息,还能够基于大数据处理能力预测未来路况。

比如基于营销大数据,阿里妈妈能够为客户提供精准投放的能力。淘宝每天都会产生3000多万笔实物交易数据,这些数据仅靠淘宝体系并无法消化。“走出淘宝”的阿里妈妈依靠这些大数据能够创造出更丰富的产品形态,帮助企业客户实现从传统投放向以数据驱动的精准投放升级,从传统的媒体购买向程序化购买的两大目标。

未来,DT时代最大的挑战是把传统行业和IT行业通过大数据进行完美结合,这也是最大的机遇。“传统互联网创业时代已经结束。未来的DT时代,这是大数据竞争。”俞永福表示:“目前阿里巴巴已经通过DT大数据帮助传统金融、传统营销、交通管理等行业产生增量升级,未来我们将进一步开放我们的大数据能力,催生更多‘增量’,帮助大众创业、万众创新。”

据了解,中国移动互联网年会历来都是中国互联网大会中热度最高的主论坛之一,今年年会的主题是“寻找下一个百亿级机会,营造创新创业良好氛围”。(安吉)

## “互联网商业二战”已来

电子商务服务与技术供应商商派CEO李钟伟提出:“在以流量之争为焦点的‘电商一战’后,互联网商业二战”已经到来,它将以客户体验为核心,以“C2B”为战略方法论,技术则是这场二战的重要武器。

这是李钟伟在商派7月16日主办的2015中国互联网+技术创新大会(暨第二届商派电商技术大会)上的言论。

据麦肯锡全球研究院分析,2014年中国互联网经济占GDP比重(GDP指数)达到4.4%,电子商务交易总额增速28.64%,全国信息消费规模达到2.8万亿元。在一片大好的形势下,李钟伟认为:电子商务要继续保持迅猛发展态势,业界还要作出巨大努力,突破点就在于传统企业。现在很多的互联网+是“伪互联网+”,且大部分传统企业2C的能力几乎为零。

据李钟伟介绍,在服务客户过程中,商派发现很多企业还停留在管理软件的状态,企业商业系统依然是围绕内部组织和员工而设计,认为在天猫、当当、京东上建立了平台,信息化流程也做了,就算是“互联网+”了。实际上,搭建的互联网业务没有按照用户的需求进行变革,多半是一种“伪互联网+”的状态。传统企业要想与互联网商业彻底融合,必须建立以“C2B”为主导的互联网商业思维,需要全盘以客户为中心,以最佳客户体验为目标,重建企业商业模式。

针对建立互联网商业的建设,商派CTO徐唤春认为:客户连接与系统的开放将成为目前建设的关键要点。互联网商业最大的变化就是连接客户的能力,24小时随时随地让客户找到你或者你能连接到客户。传统商业没有客户的任何联系方式,更不要说与客户的连接能力;而PC互联网构建的商业模型下,拥有客户邮件、电话等静态资料,可以在客户在线的情况下,将企业信息推送给客户,连接是间隔的。随着移动互联网时代,由于客户手机不离手,企业可以(且必须)建立与客户随时随地连接的能力,这些连接技术包括:二维码、定位技术、社交媒体、APP、供应链自助服务等,技术将支持起服务客户的点滴细节。

互联网商业二战已然开战,从B2C到C2B,企业运营视角完全变了,流程及商业思维也完全逆转。这不是一个改良的过程,而是用“再创业”消灭掉自己“原有业务”的自我颠覆过程。(刘燕)